

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 «Менеджмент»**

на тему: **«Управління маркетинговою діяльністю ресторанного бізнесу»**

Виконавець:

студентка факультету економіки та управління
підприємництвом
Свирид Катерина Ігорівна _____

Науковий керівник:

к.психол.н., ст.викладач
Осичка Олена Василівна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність даної теми полягає в теоретичному дослідженні маркетингової діяльності підприємства громадського харчування, а також у можливості практичного застосування конкретних маркетингових заходів на прикладі окремого підприємства сфери ресторанного бізнесу.

Метою роботи є розробка заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Завдання дослідження:

- Розкрити сутність і зміст поняття «маркетингова діяльність підприємства»;
- Проаналізувати діяльність підприємства і виявити тенденції до розвитку;
- Провести аналіз маркетингової діяльності на підприємстві і виявити проблеми в галузі маркетингу;
- Розробити пропозиції щодо покращення маркетингової діяльності на підприємстві;

Об'єктом дослідження є ТОВ «МАМАН».

Предметом дослідження є система маркетингу на підприємстві.

Методи дослідження. Для аналізу були застосовані спеціалізовані методи та моделі: метод зваженої оцінки, модель «5 сил конкуренції» М. Портера та сегментування.

Інформаційна база дослідження складається з наукових посібників, статей і монографій, статутних та звітних документів підприємства ТОВ «МАМАН».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (37 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок. Основний зміст викладено на 55 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 3 рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства» проведено детальне дослідження теоретично-методичних основ стратегії розвитку підприємства на ринку торгових послуг, розкрито роль маркетингової стратегії в стратегії розвитку підприємства на даному ринку, а також розглянуті методи і моделі для аналізу та розробки маркетингових заходів.

Другий розділ «Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «МАМАН»» присвячений аналізу господарської діяльності ТОВ «МАМАН» й аналізу ринку. Детально також було розглянуто існуючу маркетингову діяльність ТОВ «МАМАН» та запропоновано заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетинг являє собою систему управління і організації діяльності підприємства з розробки, виробництва і збуту товарів або надання послуг, засновану на комплексному обліку відбуваються на ринку процесів, орієнтовану на

задоволення особистих або виробничих потреб і забезпечує досягнення цілей підприємств.

2. Аналіз господарської діяльності підприємства показав, що підприємство є достатньо фінансово стійким; показники рентабельності додатні, але низькі. Рівень конкуренції на ринку є середнім. Сильними сторонами ТОВ «МАМАН» є висока якість продукції, приваблива ціна та досвідчений персонал, проте підприємству слід покращити просування товару, застосовуючи нові методи реклами.

3. Для підвищення ефективності діяльності підприємства було запропоновано наступні заходи: створити літнє кафе на території ресторану та впровадити нову послугу - кейтеринг для збільшення впізнаваності торгової марки.

В результаті економічної оцінки ефективності проекту встановлено, що запропоновані заходи є високорентабельними.

В цілому, розроблені заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «МАМАН» є економічно привабливим для прийняття і реалізації. У свою чергу, високі показники рентабельності є гарантією повернення вкладених коштів.

АНОТАЦІЯ

Свирид К. І., «Управління маркетинговою діяльністю ресторанного бізнесу».
Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 "Менеджмент" Одеський національний економічний університет. – Одеса. – 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингової діяльності та її особливості в ресторанному бізнесі.

Проаналізовано фінансову та маркетингову діяльність підприємства ТОВ «МАМАН».

Запропоновано провести маркетингові заходи щодо удосконалення діяльності ТОВ «МАМАН», а саме створення літнього сезонного кафе на території ресторану та впровадження нової послуги - кейтерингу.

Ключові слова: маркетингова діяльність, ресторанний бізнес, ефективність рекламних заходів, просування бренду, концепція.

ANNOTATION

Svirid K.I., "Management of marketing activity of restaurant business".
Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 073 "Management" Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The theoretical aspects of marketing activity and its features in the restaurant business are considered in the work.

The financial and marketing activities of «MAMAN» Ltd are analyzed.

It is proposed to carry out marketing activities aimed at improving the activities of "MAMAN" Ltd, the creation of a summer seasonal cafe on the territory of the restaurant and the introduction of a new catering service.

Keywords: marketing activity, restaurant business, advertising effectiveness, brand promotion, concept.